**Sonnenergie - Plan de Negocios**

**Propuesta de negocios**

Uno de los principales problemas en nuestro país son los cortes de energía, es decir, la ausencia temporal de energía eléctrica. Muchas instituciones se encuentran periódicamente con el inconveniente de no contar con energía, por lo que no pueden continuar con su trabajo diario o simplemente retrasarlos según dependan estos del uso de la energía eléctrica. Si nos centramos en instituciones como pymes, universidades, centros comerciales, etc., el principal problema que surge en un apagón es que no puede utilizar servicios como; internet, luz, enchufes eléctricos.

Esto lo podemos corroborar con datos recolectados por Doing Business sobre estas interrupciones eléctricas, el cual posiciona a Paraguay como uno de los países con más inconvenientes en esta aspecto en América Latina y el Caribe, solamente superado por Guyana, Nicaragua, Honduras y Jamaica (el estudio realizado no incluye a Venezuela).

La solución que se plantea para hacer frente a esta problemática es que, cuando una de estas institución sufra cortes de energía eléctrica, cuenten aún con corriente mediante paneles solares. De esta forma, dicha institución tendrá energía de reserva mediante los paneles, la cual es una energía ecológica, para cuando los cortes de energía ocurran. Si una empresa por ejemplo decide reducir los costos de la electricidad, ofrecer la instalación de paneles solares, con lo que logra ahorrar electricidad y tiene que pagar menos por ello.

La reducción de costes es una inversión a largo plazo. Una institución tiene una cantidad de dinero predeterminada por mes destinada a los costos eléctricos, esta cantidad puede ser reducida con la energía eléctrica que recibe de los paneles solares instalados, debido a que para la instalación de las mismas se invierte un monto fijo único, ni mensual ni variable, por lo que con el paso del tiempo dicho costo será inferior al costo generado por el uso de energía eléctrica convencional.

**Análisis de mercado**

Sonnenergie es una empresa que busca brindar una solución a una problemática la cual es el inestabilidad de energía eléctrica en nuestro país, al igual que también busca brindar una alternativa menos contaminante en el apartado eléctrico, por lo cual el segmento al que apuntamos puede ser muy amplio, pero principalmente los hogares familiares y/o empresas pequeñas o medianas, esto debido a que las mismas no requieren de una carga energética tan amplia, pero esto no descarta la posibilidad de brindar este servicio a aquellas personas, empresas o instituciones que deseen contar con este servicio, ya sea por problemas de energía, por simplemente el hacer uso de un tipo de energía eléctrica más amigable con el medio ambiente o por buscar reducir los costes derivados del uso energético con una inversión la cual resultará rentable a largo plazo.

Está claro que son varios los mercados en el cual la empresa puede enfocarse, pero creemos que actualmente con la situación que vivimos en la que el trabajo y el estudio desde el hogar es algo más que común por lo cual un corte de energía eléctrica puede presentar un inconveniente para muchas personas, por esto es que creemos que los hogares familiares que buscan soluciones energéticas es el nicho de mercado al que podemos brindar una solución y un servicio más que importante.

Tenemos en cuenta también que Sonnenergie no es la única empresa en el país el cual ofrece un servicio similar, entre algunos de nuestros competidores nos encontramos a Utopía, Heliotec, Kuarahy energía solar y PJ11. Pero Sonnenergie busca sacar ventaja diferenciándose de la competencia por el servicio post-venta que se ofrecerá, brindando servicios de mantenimiento a los equipos para que estos se encuentren siempre completamente funcionales para la mayor satisfacción del cliente.

**Ventas**

**Estimación del volumen de ventas**

Teniendo en cuenta la organización inicial de la empresa y lo que implica el trabajo instalación y demás creemos que la capacidad de instalación rondaría entre 7 a 10 productos de forma mensual, esto durante el primer año o año y medio de actividad. Una vez que ya contemos con más experiencia en el mercado y con más conocimiento de las distintas actividades a desarrollar podremos implementar técnicas de instalación más rápidas lo cual podría representar una capacidad de instalación de entre 20 a 25 productos por mes.

**Definición del precio**

También un papel importante es el precio al cual se ofrece este producto al cliente. Principalmente buscamos ofrecer combos pensados específicamente para algunos productos del hogar, esto para que resulte más sencillo y amigable para el cliente a la hora de escoger cuál le conviene más o cuál se adecua más a sus necesidades.

Algunos de estos combos son:

* Toma corriente y WIFI = 5.000.000 Gs.

Panel solar de 50W

* WIFI y heladera = 8.000.000 Gs.

Panel solar de 100W

* WIFI en universidades = 5.000.000 Gs.

Panel solar de 50W

* Casa o empresa pequeña con un aire acondicionador (2,5kwh + 10 baterías de 150AH)

Paneles de 270W: 96.088.397 Gs.

Paneles de 100W: 80.002.277 Gs.

* Casa o empresa completa con 3 aires acondicionadores (5kwh + 10 baterías de 150AH)

Paneles de 270W: 169.637.100 Gs.

Paneles de 100W: 135.836.627 Gs.

Inicialmente contaremos con estos combos, los cuales son bastante variados, pero de todas formas se irán ampliando las opciones con una mayor cantidad de combos. Por más que brinde al cliente la opción de hacer un pedido personalizado somos conscientes de que puede resultar un poco complicado los cálculos a realizarse en el momento de determinar los consumos de los productos y la cantidad de energía que estos necesitan por lo que creemos que ofrecer estos combos facilita dicha tarea a los clientes.

**Cálculo de ventas por 5 años**

Este cálculo es muy variable y complicado de definir pero basándonos en nuestra capacidad de instalación y nuestra cantidad potencial de clientes podríamos concluir que, en el primer año de actividad, debido a que solo se cuenta con semestre de actividad, tendríamos un cantidad de ventas igual a 266.000.000 Gs. Ya en el segundo año con 12 meses de actividad las ventas ascenderían a 598.000.000 Gs. En el tercer año, ya con más experiencia y ampliando más la capacidad de instalación, el monto sería de 912.000.000 Gs. El cuarto año dejaría una cantidad de ventas de 1.354.000.000 Gs. Y por último, en el quinto año el cálculo de ventas llega a 2.378.000.000 Gs.

Todos estos montos son cálculos muy variables y no representan las ganancias debido a no encontrarse descontado los costos.

**Plan de producción**

Para realizar las instalaciones necesitamos las herramientas de instalación, las cuales son herramientas básicas para trabajar con energía eléctrica. Los productos están compuestos en combos y contienen paneles solares, baterías, inversores y controladores de energía solar. Además se necesitan cables y algún tipo de caja para poner inversores y controladores más baterías.

Los combos también pueden ser modificados a la solicitud del cliente y calculado con un sistema excel para maximizar el uso obtenido de los paneles solares. Los productos de instalación no son producidos por Sonnenergie, sino, comprado para la instalación de una empresa distinta. Sonnenergie está encargado de ofrecer la instalación, más la compra de los productos necesitados. El producto completo sería un sistema solar en función instalada que produce suficiente energía requerido por el cliente.

**Organización**

La empresa Sonnenergie es de clasificación jurídica colectiva, ya que es una empresa del tipo de sociedad anónima. Es una empresa de propiedad privada y opera en la industria de comercios y servicios. Los fundadores y propietarios de la empresa son Freddy Guerrero y Daniel Dyck.

El directorio es la parte representativa de todos los accionistas ante la empresa, y es elegido para la toma de decisiones estratégicas de la empresa. Su función es trabajar como un equipo de gestión, que se encarga de las diferentes áreas de la empresa.

Cada área de la empresa, es supervisada por un gerente. La empresa cuenta con 2 gerentes, los cuales se dividen los cargos el uno es CEO y COO, el otro se enfoca en el CMO y CFO.

**Plan de mercadeo**

**Canales de venta y comunicación.**

Por la parte del mercadeo del producto se hará uso principalmente de las herramientas ofrecidas por las distintas redes sociales utilizadas por nuestros potenciales clientes, ya que estos ofrecen unos muy buenos resultados tanto a la hora de dar a conocer el servicio como a la hora de vender.

Facebook: Somos conscientes que esta es una red social la cual es muy concurrida por nuestros principales clientes, estos lo usan de distintas maneras, tanto para entretenimiento, trabajo, buscar productos, comunicarse con otras personas, entre otras. Haciendo uso de la herramienta publicitaria con la cual cuenta esta aplicación podemos llegar a una gran cantidad de personas las cuales cumplan con el perfil de nuestro cliente ideal, dando así a conocer nuestro producto, como también estar presente a la hora de cualquier consulta la cual desea realizar algún usuario.

Instagram: Esta es otra red social también muy concurrida por aquellas personas las cuales se ajustan al perfil de nuestro cliente ideal, mediante esta red podemos demostrar la solución que ofrecemos y la ventaja/beneficios que presenta a nuestros potenciales clientes. Con el uso de la herramienta publicitaria de esta aplicación podremos hacer llegar esto a una mayor cantidad de personas.

Boca a Boca: Nuestro equipo también cree que una de las mejores técnicas de marketing es cuando una persona recomienda y/o habla de nuestro servicio/producto a conocidos, familiares o amigos, por lo cual ofreciendo un servicio ejemplar y cumpliendo con las expectativas de nuestros clientes lograremos también que este sea un canal influyente para el crecimiento de la empresa.

Además de todo lo mencionado anteriormente creemos también que la comunicación rápida entre la empresa y los clientes o interesados juega un papel importante a la hora de crecer como empresa por lo que estaremos también presentes en Whatsapp para que dicha comunicación sea más directa y que el cliente pueda tener una atención más personalizada y en la que podamos abarcar todas sus dudas como también recomendaciones.

**Descripción del plan y los costos de promoción**

Creemos que una buena forma de empezar es con publicaciones de pago en la plataforma Facebook para dar a conocer la empresa y promocionar la solución que buscamos ofrecer, con una inversión principal de 50.000 Gs. lo cual iría ascendiendo mensualmente, según veamos el nivel de aceptación que los usuarios presenten ante las publicaciones realizadas.

De igual manera utilizaremos el mismo sistema en la red social instagram, aunque creemos que en esta plataforma recibiremos unos resultados inferiores a los de Facebook es importante estar presente en la mayor cantidad de canales para un alcance más amplio y una comunicación con los clientes más rápida y continua.

**Plan financiero**

Los productos serán pagados y adquiridos por los dueños de la empresa y en un futuro los productos serán adquiridos con los ahorros y la ganancia obtenida de los productos. La compra de los productos será adquirida solamente al momento en el que un cliente desea adquirirlo, en otras palabras, no tendríamos costos de alquiler de almacén ya que al momento en que un cliente quiera comprar el producto también sería adquirido por nosotros. Las ganancias de los productos vendidos de los primeros años serán invertidas para la adquisición de nuevos productos. En el primer año seríamos financiados por los accionistas y mediante los años la empresa se autofinancia por los ahorros acumulados.

Los combos serán alterados mediante los años por la opción de personalización y tendrá un impacto en las ventas, en donde el cliente puede desear más rendimiento o más duración de la corriente ofrecida por los paneles solares. Los mantenimientos dependen mucho de los diferentes sistemas de energía solares de los clientes y del grado de cuan averiado este el sistema, tienen un precio de 10.000gs la hora y los nuevos componentes que serán adquiridos y reemplazados por los productos estropeados serán adquiridos de vuelta por los clientes.

**Componente 2: Publicación de Datos Abiertos**

* Código fuente
* README.md con instrucciones de instalación y uso del script
* Dataset en formato .csv
* Diccionario de datos
* Licencia de publicación